

STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA DALAM UPAYA PENINGKATAN KUNJUNGAN (Studi Pada Objek Wisata Pantai Oetune Kabupaten TTS)

Meiwany A. K. Tapatfeto

dan

Juita L.D Bessie

Dosen Jurusan Administrasi Bisnis

Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

juitabessie@gmail.com

dan

Abas Kasim

Dosen Jurusan Administrasi Bisnis

Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

ABSTRACT

Tourism is one of the important things for a country. With tourism, then a country, specifically the local government where the tourism attraction is located, will get revenue from each attraction's income. One of the revenue source from tourism in TTS districts obtained from the number of visits in Oetune Beach. This research aim is to identify the driving and inhibiting factors in the development of tourism attractions in Oetune Beach. Also to know the development strategy which needs to be done in order to increase visits to Oetune Beach. The sample in this research were 30 respondents who gained by accidental sampling and purposive sampling technic. The analysis tools used in this research is SWOT analysis. The results showed by Matrix Grand Strategy, it seen that tourism attraction in Oetune beach is in quadrant I, which means supporting the strategy aggressively. The formulation of development strategies in Oetune beach are important to be noted from the various aspects such as tourists, transportation means, tourist attraction, infrastructures and supporting facilities within the attraction, the use of ICT as a promotion media, as well as need to be supported with funds and qualified human resources. Suggestions in this research is important to increase and to improve the quality of the facilities in Oetune Beach, which still lacking; the cooperation with various related parties; the synergy between the Government with the academics in the provision of competent human resources in the field of tourism' also improvement the utilization of information technology to introduce and to promote potential tourism to the worldwide community.

Keywords : Development Strategy, Tourism Attraction, SWOT

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dianggap memiliki peranan penting dalam pembangunan suatu negara, di mana pariwisata secara langsung dapat memberikan kontribusi lebih pada pendapatan daerah di mana objek wisata tersebut berada. Sektor pariwisata dapat dijadikan sebagai salah satu sektor unggulan dalam

perolehan devisa, penciptaan lapangan kerja maupun dalam pengentasan kemiskinan (Pitana, 2009:1).

Nusa Tenggara Timur (NTT) propinsi paling selatan Indonesia merupakan propinsi kepulauan. Layaknya miniatur Indonesia, NTT memiliki keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan adat istiadat. Kesemuanya itu juga merupakan potensi wisata yang menjanjikan. Setiap kabupaten di NTT memiliki potensi keunikan objek wisata alam, budaya dan minat khusus.

Pantai Oetune merupakan salah satu objek wisata baru di Kabupaten TTS yang terkenal dengan hamparan pasir yang luas dan panorama pantai selatan yang indah. Pantai Oetune sendiri telah menjadi salah satu destinasi wisata yang memiliki tingkat kunjungan yang terus mengalami peningkatan.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti di Pantai Oetune, terlihat bahwa sudah terdapat beberapa sarana dan prasana yang menunjang objek wisata tersebut seperti adanya beberapa lopo, sarana MCK, serta dua buah penginapan sederhana. Meskipun begitu tempat ini dapat dikatakan belum dikelola secara maksimal. Lopo-lopo yang disediakan oleh pemerintah masih sangat kurang dan ada beberapa yang sudah mulai rusak, tidak tersedianya tempat sampah di sekitar objek wisata tersebut, lapak penjual makanan yang ada di sana hanya menyediakan beberapa jenis makanan ringan dan kelapa muda. Selain itu promosi yang dilakukan oleh pemerintah belum maksimal dimana sejauh ini hanya melalui *website* Disbudpar promosi Pantai Oetune sangat terbantuan oleh para pengunjung yang pernah kesana. Melalui promosi mulut ke mulut (*word of mouth promotion*) maupun WOM yang ditulis di media sosial sangat membantu penyebaran informasi mengenai objek wisata baru seperti Pantai Oetune ini. Karena sampai saat ini informasi yang diperoleh mengenai Pantai Oetune masih diperoleh dari media mulut ke mulut dan media sosial dari pengunjung sebelumnya (*sumber: Pengunjung objek wisata, Hery*). Berdasarkan pada wawancara, Disbudpar TTS sendiri juga memiliki kendala dalam pengembangan Objek Wisata Pantai Oetune yaitu pendanaan pengembangan objek wisata yang masih terbatas serta SDM dengan disiplin ilmu pariwisata yang masih sangat kurang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat dalam pengembangan Objek Wisata Pantai Oetune serta untuk mengetahui strategi pengembangan yang perlu dilakukan dalam upaya peningkatan kunjungan pada Objek Wisata Pantai Oetune.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha (Ismayanti, 2010:1). Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam menghasilkan barang/jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan pada penyelenggaraan pariwisata. Ismayanti (2010:19-21) usaha pariwisata atau sering juga disebut sebagai fasilitas wisata atau sarana wisata (*superstructure*) meliputi antara lain:

1. Daya tarik wisata adalah usaha yang kegiatannya mengelola daya tarik wisata atau sarana wisata budaya, dan daya tarik wisata buatan/binaan manusia.
2. Kawasan pariwisata adalah usaha yang kegiatannya membangun dan/atau mengelola kawasan dengan luas tertentu untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.
3. Jasa transportasi wisata adalah usaha khusus yang menyediakan angkutan untuk kebutuhan dan kegiatan pariwisata dan bukan angkutan transportasi reguler/umum.
4. Jasa perjalanan wisata adalah usaha biro perjalanan wisata dan usaha agen perjalanan wisata. Usaha biro perjalanan wisata meliputi usaha penyediaan jasa perencanaan perjalanan dan/atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan pariwisata, termasuk penyelenggaraan ibadah. Usaha agen perjalanan wisata meliputi usaha jasa pemesanan sarana, seperti pemesanan tiket dan pemesanan akomodasi, serta pengurusan dokumen perjalanan.
5. Jasa makanan dan minuman adalah usaha jasa penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan berupa restoran, kafe, jasa boga, dan bar atau kedai minum.
6. Penyediaan akomodasi adalah usaha yang menyediakan pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lain. Usaha penyediaan akomodasi dapat berupa hotel, vila, pondok wisata, bumi perkemahan, persinggahan, karavan, dan akomodasi lain yang digunakan untuk tujuan pariwisata.
7. Penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi merupakan usaha yang ruang lingkup kegiatannya berupa usaha seni pertunjukan, arena permainan, karaoke, bioskop, dan kegiatan hiburan serta rekreasi lain yang bertujuan untuk pariwisata.
8. Usaha jasa impresariat merupakan kegiatan pengurusan penyelenggaraan hiburan, baik yang berupa mendatangkan, mengirim maupun mengembalikan, serta menentukan tempat, waktu dan jenis hiburan.

9. Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran adalah usaha yang memberikan jasa bagi suatu pertemuan sekelompok orang, menyelenggarakan perjalanan bagi karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan atas prestasi, dan menyelenggarakan pameran untuk menyebarluaskan informasi dan promosi suatu barang dan jasa yang berskala nasional, regional dan internasional.
10. Jasa informasi pariwisata adalah usaha yang menyediakan data, berita, *feature*, foto, video, dan hasil penelitian mengenai kepariwisataan yang disebarkan dalam bentuk bahan cetak dan/atau elektronik.
11. Jasa konsultasi pariwisata adalah usaha yang menyediakan saran dan rekomendasi mengenai studi kelayakan, perencanaan, pengelolaan usaha, penelitian dan pemasaran di bidang kepariwisataan.
12. Jasa pramuwisata adalah usaha yang menyediakan dan/atau mengordinasikan tenaga pemandu wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan/atau kebutuhan biro perjalanan wisata.
13. Wisata tirta merupakan usaha yang menyelenggarakan wisata dan olahraga air, termasuk penyediaan sarana dan prasarana serta jasa lainnya yang dikelola secara komersial di perairan laut, pantai, sungai, danau dan waduk.
14. Spa adalah usaha jasa perawatan yang memberikan dengan metode kombinasi terapi air, terapi aroma, pijat, rempah-rempah, layanan makanan/minuman sehat dan olah aktivitas fisik dengan tujuan menyeimbangkan jiwa dan raga, yang tetap memperhatikan tradisi dan budaya bangsa Indonesia.

Dalam mengembangkan dunia kepariwisataan diperlukan kerja sama antara masing-masing pihak sebagai pemangku kepentingan dengan memperhatikan setiap fungsi maupun perannya. Selain itu objek dan daya tarik wisata merupakan hal yang mendasar dalam kepariwisataan.

Strategi Pengembangan Pariwisata

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan organisasi. Perumusan strategi meliputi menentukan misi organisasi, menentukan tujuan-tujuan yang ingin dicapai, pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan (J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, 2003: 12). Strategi pengembangan

kepariwisataan bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang, dan bertahap.

Langkah pokok dalam strategi pengembangan kepariwisataan (Suwantoro, 2004:55):

1. Dalam jangka pendek dititikberatkan pada optimasi, terutama untuk: Mempertajam dan memantapkan citra kepariwisataan, Meningkatkan mutu tenaga kerja, Meningkatkan mutu pengelolaan, Memanfaatkan produk yang ada, Memperbesar saham dari pasar pariwisata yang telah ada
2. Dalam jangka menengah dititik-beratkan pada konsolidasi, terutama dalam: Memantapkan cara kepariwisataan Indonesia, Mengkonsolidasikan kemampuan pengelolaan, Mengembangkan dan diversifikasi produk, Mengembangkan jumlah dan mutu tenaga kerja
3. Dalam jangka panjang dititik-beratkan pada pengembangan dan penyebaran dalam: Pengembangan kemampuan pengelolaan, Pengembangan dan penyebaran produk dan pelayanan, Pengembangan pasar pariwisata baru, Pengembangan mutu dan jumlah tenaga kerja.

Tahap Pengembangan Pariwisata

Pada umumnya pengembangan pariwisata selalu mengikuti siklus hidup pariwisata sehingga dapat menentukan posisi pariwisata yang akan dikembangkan. Cooper and Jakson (1997:121), tahapan tersebut terdiri dari:

1. Tahap Eksplorasi (*exploratio*) yang berkaitan dengan *discovery* yaitu suatu tempat sebagai potensi wisata baru ditemukan oleh wisatawan, pelaku pariwisata, maupun pemerintah. Biasanya jumlah kunjungan sedikit, wisatawan tertarik pada daerah yang belum tercemar dan sepi, lokasi sulit dicapai namun diminati oleh sejumlah kecil wisatawan yang justru menjadi berminat karena belum ramai dikunjungi.
2. Tahap Keterlibatan (*involvement*) yang diikuti oleh kontrol lokal, di mana biasanya oleh masyarakat lokal. Pada tahap ini terdapat inisiatif dari masyarakat lokal, obyek wisata mulai dipromosikan oleh wisatawan, jumlah wisatawan meningkat, dan infrastruktur mulai dibangun.
3. Tahap Pengembangan (*development*) dengan adanya kontrol lokal menunjukkan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan secara drastis. Pengawasan oleh lembaga lokal agak sulit membuahkan hasil, masuknya industri wisata dari luar dan kepopuleran kawasan wisata menyebabkan kerusakan lingkungan alam dan sosial

budaya sehingga diperlukan adanya campur tangan kontrol penguasa lokal maupun nasional.

4. Tahap Konsolidasi (*consolidation*) ini ditunjukkan oleh penurunan tingkat pertumbuhan kunjungan wisatawan. Kawasan wisata dipenuhi oleh berbagai industri pariwisata berupa hiburan dan berbagai macam atraksi wisata.
5. Tahap Kestabilan (*stagnation*) jumlah wisatawan tertinggi telah dicapai dan kawasan ini mulai ditinggalkan karena tidak mode lagi, kunjungan ulang dan para pebisnis memanfaatkan fasilitas yang ada. Pada tahapan ini terdapat upaya untuk menjaga jumlah wisatawan secara intensif dilakukan oleh industri pariwisata dan kawasan ini kemungkinan besar mengalami masalah besar yang terkait lingkungan alam maupun sosial budaya.
6. Tahap Penurunan Kualitas (*decline*)
Hampir semua wisatawan telah mengalihkan kunjungannya ke daerah tujuan wisata lain. Kawasan ini telah menjadi obyek wisata kecil yang dikunjungi sehari atau akhir pekan. Beberapa fasilitas pariwisata telah diubah bentuk dan fungsinya menjadi tujuan lain. Dengan demikian pada tahap ini diperlukan upaya pemerintah untuk meremajakan kembali.
7. Tahap Peremajaan Kembali (*rejuvenate*) di mana dalam tahap ini perlu dilakukan pertimbangan mengubah pemanfaatan kawasan pariwisata menjadi pasar baru, membuat saluran pemasaran baru, dan mereposisi atraksi wisata ke bentuk lain. Oleh sebab itu diperlukan modal baru atau kerjasama antara pemerintah dengan pihak swasta.

Dari setiap tahap pengembangan pariwisata, perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mendukung maupun menghambat proses pengembangan pariwisata sehingga dengan mudah menetapkan program pengembangan disuatu daerah maupun negara yang potensial dikembangkan.

Faktor Pendukung Pengembangan Obyek Wisata

Modal kepariwisataan itu mengandung potensi untuk dikembangkan menjadi atraksi wisata, sedangkan atraksi wisata itu harus komplementer dengan motif perjalanan wisata. Maka untuk menemukan potensi kepariwisataan suatu daerah harus berpedoman kepada apa yang dicari oleh wisatawan. Menurut Soekadijo dalam Pradikta (2013:20) ada tiga modal atraksi yang dapat menarik kedatangan wisatawan diantaranya ;

1. Modal dan Potensi Alam

Alam merupakan salah satu faktor pendukung seorang melakukan perjalanan wisata karena ada orang berwisata hanya sekedar menikmati keindahan alam, ketenangan alam, serta ingin menikmati keaslian fisik, flora dan faunanya.

2. Modal dan Potensi Kebudayaan

Yang dimaksud potensi kebudayaan disini merupakan kebudayaan dalam arti luas bukan hanya meliputi seperti kesenian atau kehidupan kerajinan dll. Akan tetapi meliputi adat istiadat dan segala kebiasaan yang hidup di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Sehingga diharapkan wisatawan atau pengunjung bisa tertahan dan dapat menghabiskan waktu di tengah-tengah masyarakat dengan kebudayaannya yang dianggap menarik.

3. Modal dan Potensi Manusia

Manusia dapat dijadikan atraksi wisata yang berupa keunikan-keunikan adat istiadat maupun kehidupannya namun jangan sampai martabat dari manusia tersebut direndahkan sehingga kehilangan martabatnya sebagai manusia.

Agar dapat mengidentifikasi faktor pendukung dengan jelas maka akan dijabarkan kedalam dua elemen yaitu: kekuatan dan peluang (Pearce 2008 :178), kekuatan merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya.

Dalam pengembangan suatu obyek wisata tidak terlepas dari kondisi maupun pihak yang dapat menghambat keberlangsungan pengembangan pariwisata yang ada disuatu daerah maupun negara.

Faktor Penghambat Pengembangan Obyek Wisata

Faktor penghambat adalah hal atau kondisi yang dapat menghambat atau menggagalkan suatu kegiatan, usaha atau produksi, Kamus Besar Bahasa Indonesia *Offline* (2010). Heri (2011), pengembangan obyek wisata pasti tidak terlepas dari faktor-faktor penghambat seperti berikut ini:

1. Kurangnya peran serta masyarakat dalam sektor pariwisata;
2. Kurangnya prioritas pembangunan pemerintah kabupaten terhadap sektor pariwisata;
3. Kurangnya kuantitas dan spesialisasi sumber daya manusia pada Dinas terkait;
4. Kurangnya kerja sama dengan investor;

5. Belum terdapat sistem promosi yang menarik;
6. Keterbatasan sarana dan prasarana kerja pada dinas terkait dan objek wisata;
7. Keterbatasan dan kurangnya perawatan fasilitas penunjang objek wisata.

Agar dapat mengidentifikasi faktor penghambat dengan jelas maka dapat dijabarkan kedalam dua elemen yaitu: kelemahan dan ancaman (Pearce, 2008 :178) kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Ancaman adalah situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari kondisi faktor pendorong dan penghambat yang telah diidentifikasi dari Objek Wisata Pantai Oetune, selanjutnya digunakan sebagai rumusan strategi dengan analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Oportunities, Threats*) sehingga dapat menyusun strategi perencanaan pengembangan yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan Objek Wisata Pantai Oetune sebagai upaya peningkatan jumlah kunjungan.

Dalam penyusunan strategi pengembangan Objek Wisata Pantai Oetune peneliti melakukan analisis SWOT dengan terlebih dahulu mengidentifikasi faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman.

Matriks Faktor Internal dan Faktor Eksternal Objek Wisata Pantai Oetune

Faktor Internal	Faktor External
Kekuatan <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kondisi pantai yang masih asri ➤ Karakteristik deburan ombak pantai selatan ➤ Bentangan pasir halus dan luas yang apabila di tiup angin akan membentuk pola-pola yang menarik ➤ Gundukan-gundukan pasir yang menyerupai padang pasir ➤ Tersedia sarana penginapan yang menunjang ➤ Akses jalan menuju objek wisata yang memadai & dapat di tempuh dengan kendaraan umum 	Peluang <ul style="list-style-type: none"> ➤ Adanya peran dari pihak swasta dalam hal penanaman modal ➤ Pengembangan usaha dari masyarakat sekitar ➤ Terpilihnya Pulau Komodo sebagai salah satu <i>icon</i> wisata dunia ➤ Adanya kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi ➤ Mendukung visi dan misi dari Pemda setempat ➤ Kontribusi sektor pariwisata dalam menghadapi MEA

Kelemahan	Ancaman
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ketersediaan lopo-lopo yang masih terbatas kondisinya ➤ Tidak tersedianya tempat pembuangan sampah ➤ Lapak penjual makanan yang kurang memadai ➤ Kurangnya persediaan air bersih ➤ Promosi yang dilakukan belum maksimal ➤ Keterbatasan Biaya dan SDM 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Munculnya atraksi wisata lain ➤ <i>Mindset</i> Pemda setempat yang kurang fokus terhadap pariwisata ➤ Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pariwisata ➤ Kurangnya pelestarian lingkungan objek wisata ➤ Kurangnya pelestarian lingkungan objek wisata ➤ Gaya hidup masyarakat yang terus berubah-ubah

Sumber: Hasil Penelitian Diolah, 2016

Untuk mengetahui rating dari faktor-faktor tersebut digunakan angket yang disebarakan kepada pengunjung Objek Wisata Pantai Oetune. Skala yang digunakan setiap item angketnya menggunakan rating atau skor dimana 1 menunjukkan skor paling rendah yang berarti kualitasnya paling rendah, sedangkan skor 5 adalah menunjukkan bahwa kualitas jawaban yang paling tinggi. Karena setiap aspek diukur menggunakan angket sebanyak 6 item, maka untuk mengetahui tingkat kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman untuk Objek Wisata Pantai Oetune diinterpretasikan menggunakan analisis deskriptif.

1. Faktor Kekuatan

Kekuatan dari Objek Wisata Pantai Oetune dapat dilihat dari rata-rata tanggapan dari pengunjung Objek Wisata Pantai Oetune pada tabel berikut:

Mean Kekuatan Objek Wisata Pantai Oetune

No	Kekuatan	Mean	Keterangan
1	Kondisi pantai yang masih asri	4,77	Sangat Tinggi
2	Karakteristik deburan ombak pantai selatan	4,33	Sangat Tinggi
3	Bentangan pasir halus dan luas yang apabila di tiup angin akan membentuk pola-pola yang menarik	4,80	Sangat Tinggi
4	Gundukan-gundukan pasir yang menyerupai padang pasir	4,90	Sangat Tinggi
5	Tersedia sarana penginapan yang menunjang	4,20	Tinggi
6	Akses jalan menuju objek wisata yang memadai & dapat di tempuh dengan kendaraan umum	4,70	Sangat Tinggi
GRAND MEAN		4,61	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian Diolah, 2016

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa secara keseluruhan rata-rata kekuatan yang dimiliki Objek Wisata Pantai Oetune adalah 4,61 yang berada pada kategori sangat tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki Objek Wisata Pantai Oetune terkategori sangat tinggi.

2. Faktor Kelemahan

Berikut tanggapan rata-rata Kelemahan dari pengunjung Objek Wisata Pantai Oetune:

Mean Kelemahan Objek Wisata Pantai Oetune

No	Kelemahan	Mean	Keterangan
1	Ketersediaan lopo-lopo yang masih terbatas kondisinya	1,30	Sangat Tinggi
2	Tidak tersedianya tempat pembuangan sampah	1,20	Sangat Tinggi
3	Lapak penjual makanan yang kurang memadai	1,33	Sangat Tinggi
4	Kurangnya persediaan air bersih	1,37	Sangat Tinggi
5	Promosi yang dilakukan belum maksimal	1,63	Sangat Tinggi
6	Keterbatasan Biaya dan SDM	2,07	Tinggi
GRAND MEAN		1,48	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian Diolah, 2016

Rata-rata kelemahan yang ada dalam pengembangan Objek Wisata Pantai Oetune termasuk kategori sangat tinggi yaitu 1,48 pada kelas interval 1,00–1,80 maka perlu di perhatikan dan diberi penanganan secara serius agar tidak menghambat dalam pengembangan Objek Wisata Pantai Oetune.

3. Faktor Peluang

Berikut adalah tanggapan rata-rata peluang dari pengunjung objek wisata:

Mean Peluang Objek Wisata Pantai Oetune

No	Peluang	Mean	Keterangan
1	Adanya peran dari pihak swasta dalam hal penanaman modal	4,33	Sangat Tinggi
2	Pengembangan usaha dari masyarakat sekitar	4,67	Sangat Tinggi
3	Terpilihnya Pulau Komodo sebagai salah satu <i>icon</i> wisata dunia	4,37	Sangat Tinggi
4	Adanya kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi	4,53	Sangat Tinggi
5	Mendukung visi dan misi dari Pemda setempat	3,97	Tinggi
6	Kontribusi sektor pariwisata dalam menghadapi MEA	4,13	Tinggi
GRAND MEAN		4,33	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian Diolah, 2016

Secara keseluruhan rata-rata perolehan skornya adalah 4,33 berada pada interval 4,31–5,00 yang termasuk kategori sangat tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa Objek Wisata Pantai Oetune mempunyai peluang yang tinggi bila dapat memanfaatkan potensi-potensi yang ada.

4. Faktor Ancaman

Berikut adalah hasil tanggapan rata-rata dari pengunjung Objek Wisata Pantai Oetune adalah:

Mean Ancaman Objek Wisata Pantai Oetune

No	Ancaman	Mean	Keterangan
1	Munculnya atraksi wisata lain	1,40	Sangat Tinggi
2	<i>Mindset</i> Pemda setempat yang kurang fokus terhadap pariwisata	1,90	Tinggi
3	Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pariwisata	1,53	Sangat Tinggi
4	Kurangnya pelestarian lingkungan objek wisata	1,50	Sangat Tinggi
5	Kondisi iklim/cuaca yang kurang mendukung pada bulan Juli-Agustus (kondisi cuaca yang berangin)	1,43	Sangat Tinggi
6	Gaya hidup masyarakat yang terus berubah-ubah	1,97	Tinggi
GRAND MEAN		1,62	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian Diolah, 2016

Skor rata-rata faktor ancaman adalah 1,62 yang terletak pada interval 1,00–1,80 termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan Objek Wisata Pantai Oetune mempunyai tingkat ancaman yang sangat tinggi yang harus segera di cari solusinya karena dapat menghambat proses pengembangan Objek Wisata Pantai Oetune.

Faktor Strategis Internal Objek Wisata Pantai Oetune (IFAS)

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
➤ Kondisi pantai yang masih asri	0,1302	5	0,6512
➤ Karakteristik deburan ombak pantai selatan	0,1184	4	0,4736
➤ Bentangan pasir halus dan luas yang apabila di tiup angin akan membentuk pola-pola yang menarik	0,1311	5	0,6557
➤ Gundukan-gundukan pasir yang menyerupai padang pasir	0,1339	5	0,1339
➤ Tersedia sarana penginapan yang menunjang	0,1148	4	0,1148
➤ Akses jalan menuju objek wisata yang memadai & dapat di tempuh dengan kendaraan umum	0,1284	5	0,6421
JUMLAH SKOR KEKUATAN			3,5510

Kelemahan			
➤ Ketersediaan lopo-lopo yang masih terbatas kondisinya	0,0355	1	0,0355
➤ Tidak tersedianya tempat pembuangan sampah	0,0328	1	0,0328
➤ Lapak penjual makanan yang kurang memadai	0,0364	1	0,0364
➤ Kurangnya persediaan air bersih	0,0373	1	0,0373
➤ Promosi yang dilakukan belum maksimal	0,0446	1	0,0446
➤ Keterbatasan biaya dan SDM	0,0565	2	0,1129
JUMLAH SKOR KELEMAHAN			0,2996
JUMLAH KESELURUHAN	1		3,8506

Faktor Strategis External Objek Wisata Pantai Oetune (EFAS)

Faktor Strategis External	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
➤ Adanya peran dari pihak swasta dalam hal penanaman modal	0,1213	5	0,6067
➤ Pengembangan usaha dari masyarakat sekitar	0,1306	5	0,6530
➤ Terpilihnya Pulau Komodo sebagai salah satu <i>icon</i> wisata dunia	0,1222	4	0,4888
➤ Adanya kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi	0,1269	5	0,6343
➤ Mendukung visi dan misi dari Pemda setempat	0,1110	5	0,5550
➤ Kontribusi sektor pariwisata dalam menghadapi MEA	0,1157	4	0,4627
JUMLAH SKOR PELUANG			3,4002
Ancaman			
➤ Munculnya atraksi wisata lain	0,0392	1	0,0392
➤ <i>Mindset</i> Pemda setempat yang kurang fokus terhadap pariwisata	0,0532	1	0,0532
➤ Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pariwisata	0,0429	1	0,0429
➤ Kurangnya pelestarian lingkungan objek wisata	0,0420	1	0,0420
➤ Kondisi iklim/cuaca yang kurang mendukung pada bulan Juli-Agustus (kondisi cuaca yang berangin)	0,0401	1	0,0401
➤ Gaya hidup masyarakat yang terus berubah-ubah	0,0550	2	0,1101
JUMLAH SKOR ANCAMAN			0,3274
JUMLAH KESELURUHAN	1		3,7276

Sumber: Hasil Penelitian Diolah, 2016

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan melalui analisis SWOT, diperoleh nilai akhir dari Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman seperti terlihat pada tabel berikut:

Rekapitulasi Hasil Perhitungan Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman

No	Uraian	Nilai
1	Faktor Internal	
	➤ Kekuatan	3,55
	➤ Kelemahan	0,30
2	Faktor External	
	➤ Peluang	3,40
	➤ Ancaman	0,33

Sumber: Hasil Penelitian Diolah, 2016

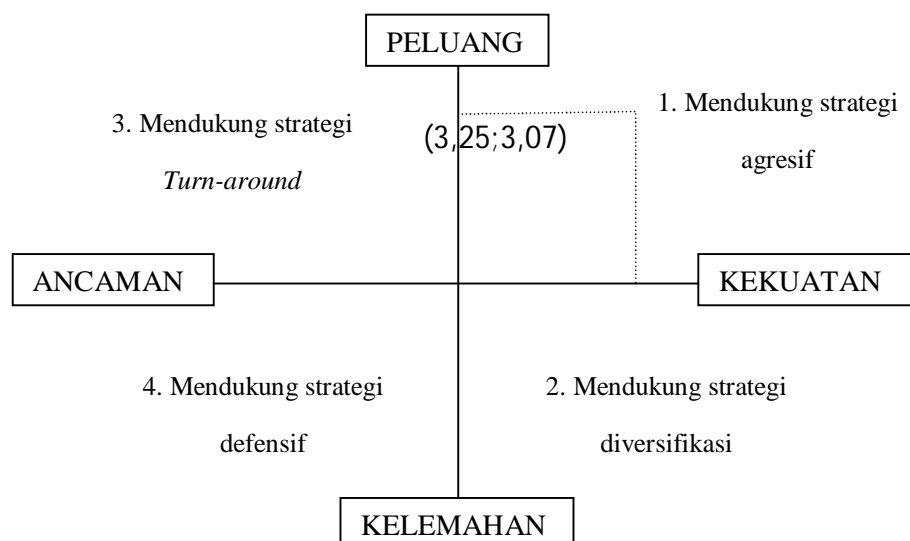
Terlihat dari hasil perhitungan tersebut bahwa Objek Wisata Pantai Oetune memiliki kekuatan yang dominan dibanding kelemahannya dan peluang yang lebih besar dibanding ancamannya dengan nilai sebagai berikut:

Kekuatan – kelemahan (faktor internal) : $3,55 - 0,30 = 3,25$

Peluang – Ancaman (faktor external) : $3,40 - 0,33 = 3,07$

Apabila nilai-nilai tersebut dimasukkan dalam *Matrix Grand Strategy* terlihat posisi pengembangan sektor pariwisata di Obyek Wisata Pantai Oetune berada di posisi Strategi Pertumbuhan, yaitu memanfaatkan seoptimal mungkin kekuatan dan peluang yang dimiliki.

Matrix Grand Strategy Objek Wisata Pantai Oetune



Berdasarkan gambar pada diagram di atas menunjukkan bahwa titik potong $(3,25;3,07)$ berada pada kuadran I, dimana situasi tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang agar dapat meningkatkan pertumbuhan Objek

Wisata Pantai Oetune. Dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki seperti gundukan-gundukan pasir yang menyerupai padang pasir; bentangan pasir halus dan luas yang apabila di tiup angin akan membentuk pola-pola yang menarik; kondisi pantai yang masih asri; akses jalan menuju objek wisata yang memadai dan dapat di tempuh dengan kendaraan umum; karakteristik deburan ombak pantai selatan; tersedia sarana penginapan yang menunjang serta peluang yang dimiliki antara lain pengembangan usaha dari masyarakat sekitar untuk peningkatan produk wisata; adanya kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi serta terpilihnya Pulau Komodo sebagai salah satu *icon* wisata dunia yang dapat dijadikan alat promosi untuk Pantai Oetune; adanya kerja sama serta ikut berperannya pihak swasta dalam hal penanaman modal; kontribusi sektor pariwisata dalam menghadapi MEA yang kemudian dapat mendukung visi dan misi dari Pemda setempat. Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Strategi Alternatif Pengembangan Objek Wisata Pantai Oetune

Pembangunan dan pengembangan Objek Wisata Pantai Oetune pada dasarnya adalah menjadikan Objek Wisata Pantai Oetune sebagai objek wisata unggulan di Kabupaten TTS dan sebagai salah satu andalan peningkatan PAD di sektor pariwisata dikarenakan tingkat kunjungan yang terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Dari analisis SWOT menghasilkan empat (4) kemungkinan strategi alternatif dalam mengembangkan Objek Wisata Pantai Oetune sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strength and Opportunities*), yaitu strategi yang mengoptimalkan kekuatan (*strength*) untuk memanfaatkan peluang (*Opportunities*), ialah:
 - Potensi keunikan yang dimiliki Objek Wisata Pantai Oetune dapat dijadikan komoditi unggulan yang dapat di andalkan dalam menghadapi MEA sekaligus menjadi *selling point* yang unik untuk promosi ke *online*, secara gencar dengan kemajuan TIK selama momentum kejayaan Pulau Komodo sebagai *icon* wisata dunia
 - Akses jalan yang memadai dapat menjadi stimulus bagi para investor untuk melakukan investas usaha wisata lain di lokasi Objek Wisata Pantai Oetune
 - Prasarana jalan yang memadai di sertai ketersediaan sarana penginapan dapat mengundang lebih banyak pengunjung bahkan wisatawan, sehingga membuka

peluang bagi masyarakat untuk turut serta dalam usaha penyediaan kebutuhan akan barang dan jasa bagi pengunjung/wisatawan

2. Strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) untuk memanfaatkan peluang (*opportunities*), ialah :

- Pemerintah menyediakan tempat pembuangan sampah, prasarana air bersih, lopo-lopo, lapak jualan makanan yang memadai serta menstimulasi pihak swasta dan masyarakat untuk membuka usaha di situ, bekerja sama dengan pihak akademisi untuk menyediakan SDM berkapaabilitas di bidang pariwisata
- Memanfaatkan kemajuan TIK, dapat dilakukan promosi secara *worldwide*, tidak hanya berskala lokal, nasional maupun regional saja
- Terpilihnya pulau komodo sebagai salah satu *icon* wisata dunia, menjadi gerbang kesempatan bagi pemerintah untuk memperkenalkan potensi Objek Wisata Pantai Oetune, sekaligus menjadikannya sebagai salah satu komoditi andalan dalam menghadapi MEA

3. Strategi ST (*Strength and Threats*), yaitu strategi yang menggunakan kekuatan (*strength*) untuk mengatasi ancaman (*threats*), ialah:

- Keindahan dan keunikan yang dimiliki Objek Wisata Pantai Oetune serta tersedianya akses jalan yang memadai serta sarana penginapan yang menunjang menjadikannya mampu bersaing dengan objek wisata baru lainnya
- Pola-pola gulungan pasir yang unik dan menarik hanya dapat terbentuk dengan sempurna pada saat cuaca berangin kencang pada bulan Juli-Agustus sehingga walaupun pengunjung harus berkorban dengan keadaan yang kurang nyaman (berangin) akan tetapi terbayarkan dengan suatu atraksi unik yang hanya akan terbentuk dengan sempurna pada musim tersebut
- Potensi dan keunikan yang dimiliki Objek Wisata Pantai Oetune akan menjadi magnet wisata yang mampu menarik lebih banyak pengunjung dan lebih banyak rupiah yang masuk, apabila ditunjang dengan fokus Pemda dalam hal alokasi dana serta mensosialisasikan kepada masyarakat untuk turut menjaga kelestarian objek wisata tersebut

4. Strategi WT (*Weaknesses and Threats*), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan menghindari ancaman (*threats*), ialah :

- Pemerintah mensosialisasikan kepada masyarakat mengenai pentingnya pariwisata serta kebijakan untuk menjaga kelestarian objek wisata

- Perbaikan sarana dan prasarana yang gencar menjadikan Objek Wisata Pantai Oetune siap bersaing dengan objek wisata baru yang lain
- Fokus dan alokasi dana pemerintah daerah yang memadai terhadap keberlangsungan pengembangan Objek Wisata Pantai Oetune

Upaya Peningkatan Kunjungan Objek Wisata Pantai Oetune

Berdasarkan *Matrix Grand Strategy* diperoleh fakta bahwa strategi yang tepat diterapkan dalam pengembangan Objek Wisata Pantai Oetune adalah Strategi Agresif (*Growth Oriented Strategy*), dimana strategi ini dinilai tepat untuk objek wisata baru seperti Pantai Oetune.

Berkiblat pada aspek-aspek pengembangan menurut Yoeti (2008: 48-49) dan Muljadi (2014: 79-80) serta hasil *Matrix Grand Strategy* yang mendukung strategi agresif maka dilakukan analisis SWOT untuk mengetahui strategi-strategi bersifat agresif seperti apa yang tepat untuk diimplementasikan dalam pengembangan Objek Wisata Pantai Oetune.

1. Dengan potensi dan keunikan yang dimiliki Objek Wisata Pantai Oetune diharapkan dapat menjadi peluang bagi masyarakat untuk turut serta dalam usaha penyediaan kebutuhan akan barang dan jasa bagi pengunjung maupun wisatawan ketika datang berkunjung.
2. Tersedianya prasarana jalan yang memadai di harapkan mampu menjadi stimulus bagi para investor untuk membuka usaha moda transportasi wisata yang dapat di gunakan pengunjung maupun wisatawan ketika berkunjung pada Objek Wisata Pantai Oetune
3. Objek Wisata Pantai Oetune memiliki daya tarik wisata alam pantai dengan panorama pantai yang masih asri, gundukan-gundukan pasir yang menyerupai padang pasir, hamparan pasir luas yang pada musim berangin dapat tercipta pola-pola gulungan pasir yang unik dan menarik. Dengan potensi yang dimiliki diharapkan adanya peran pemerintah untuk mengelola dan mensosialisasikan kepada masyarakat sekitar agar masyarakat memiliki pemahaman tentang pariwisata serta mempunyai kesadaran menjaga dan melestarikan lingkungan sekitar objek wisata, sehingga potensi dan keunikan Pantai Oetune tetap terjaga dan menjadi daya tarik tersendiri
4. Objek Wisata Pantai Oetune sendiri sudah memiliki fasilitas-fasilitas yang mendukung objek wisata tersebut diantaranya lopo-lopo, sarana MCK, fasilitas air bersih, 2 unit

penginapan, serta lapak penjual makanan. Dari fasilitas-fasilitas yang sudah tersedia beberapa diantaranya belum dapat dikatakan layak karena kondisinya yang kurang memadai. Karena itu di perlukan perbaikan sarana dan prasarana yang gencar serta penambahan beberapa fasilitas seperti tempat pembuangan sampah dan wahana bermain agar menjadikan Objek Wisata Pantai Oetune sebagai objek wisata yang siap bersaing dengan objek wisata baru

5. Potensi keindahan dan keunikan Objek Wisata Pantai Oetune dapat dijadikan komoditi unggulan yang dapat diandalkan dalam menghadapi MEA sekaligus menjadi *selling point* yang unik untuk dipromosikan secara *online* dengan memanfaatkan kemajuan TIK sehingga tidak hanya berskala lokal, nasional maupun regional saja namun sudah mendunia (*worldwide*). Selain itu juga dengan mengandalkan momentum kejayaan Pulau Komodo sebagai salah satu *icon* wisata dunia menjadi "*peluang emas*" untuk juga memperkenalkan potensi keindahan dan keunikan Objek Wisata Pantai Oetune kepada dunia.
6. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sektor pariwisata di Kabupaten TTS mengalami beberapa kelemahan, diantaranya adalah masih kurangnya kuantitas dan kualitas SDM dengan spesialisasi pariwisata baik pada lingkup dinas pariwisata TTS maupun lingkungan objek wisata. Dalam mengelola potensi pariwisata tersebut diperlukan SDM yang berkompetensi dibidang kepariwisataan. Karena itu perlu adanya peningkatan kuantitas dan kualitas SDM lewat kerja sama dengan pihak akademisi untuk menyediakan SDM berkompeten. SDM yang berkompeten di bidang pariwisata sangat bermanfaat bagi peningkatan kinerja Dinas Pariwisata yaitu membantu dalam pelaksanaan program-program pengembangan pariwisata yang telah disusun. Selain peningkatan SDM pada dinas, peningkatan SDM pada objek wisata juga sangat diperlukan guna membantu meningkatkan kualitas pelayanan bagi pengunjung.
7. Dalam pengembangan Objek Wisata Pantai Oetune di perlukan *mindset* pemerintah yang lebih fokus terhadap pariwisata seperti adanya kerja sama dengan instansi terkait serta di dukung dengan alokasi dana pemerintah daerah yang memadai untuk keberlangsungan pengembangan Objek Wisata Pantai Oetune.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Berdasarkan penelitian terhadap Objek Wisata Pantai Oetune, faktor pendorong dibagi atas dua yaitu kekuatan dan peluang serta faktor penghambat terdiri dari kelemahan dan ancaman. Faktor pendorong yang memiliki kategori sangat tinggi adalah gundukan-gundukan pasir yang menyerupai padang pasir dengan mean 4,90 dan perlu adanya pengembangan usaha oleh masyarakat sekitar dengan mean 4,67. Sedangkan faktor penghambat yang memiliki kategori sangat tinggi yaitu tidak tersedianya tempat pembuangan sampah dengan mean 1,20 dan munculnya atraksi wisata lain dengan mean 1,40.
2. Perumusan strategi pengembangan Objek Wisata Pantai Oetune dibuat berdasarkan pada berbagai aspek pengembangan seperti wisatawan, sarana transportasi, daya tarik objek wisata yang dimiliki, sarana dan prasarana penunjang di lingkungan objek wisata, pemanfaatan telekomunikasi sebagai media promosi, serta didukung dengan dana dan SDM yang berkualitas; merupakan strategi pengembangan yang dilakukan sebagai upaya dalam peningkatan kunjungan Objek Wisata Pantai Oetune setiap tahunnya.

Dari simpulan diatas dapat disarankan sebagai berikut :

1. Perlu adanya penambahan fasilitas yang masih kurang bahkan belum tersedia seperti persediaan air bersih, tempat pembuangan sampah dan wahana bermain serta pembenahan fasilitas yang telah tersedia namun kurang maksimal seperti lopo-lopo yang sudah mulai rusak dan lapak-lapak penjual yang kurang menarik dan memadai.
2. Disbudpar TTS perlu melakukan kerja sama dengan melibatkan pihak desa setempat, agar aparat Desa Tuafanu beserta masyarakat sekitar dapat mengontrol Objek Wisata Pantai Oetune, adanya rasa memiliki dan tanggung jawab dari masyarakat dalam menjaga keamanan dan melestarikan lingkungan objek wisata tersebut.
3. Perlu adanya sinergitas antara Pemda dengan pihak akademisi dalam hal penyediaan SDM berkompeten dalam bidang pariwisata. Selain itu juga adanya sinergitas antara Disbudpar TTS, Pihak Akademisi dan Dinas Perdagangan dan Perindustrian untuk memberikan bekal pengetahuan, wawasan dan ketrampilan usaha bagi masyarakat setempat agar mampu turut serta dalam kegiatan ekonomi mikro seperti menjual cinderamata, jajanan dari olahan pangan lokal serta berbagai jasa yang mampu menunjang kenyamanan dan kepuasan pengunjung/wisatawan yang datang ke Pantai Oetune.

4. Pemanfaatan TIK perlu ditingkatkan untuk mengenalkan dan mempromosikan potensi-potensi wisata lebih khususnya Objek Wisata Pantai Oetune melalui media *website, blog*, media sosial (seperti Instagram, Facebook, Twitter), Youtube sehingga promosi tersebut menjadi *viral* dan berdaya jangkau *worldwide*, tidak hanya berskala local, nasional ataupun regional saja.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, Suharsimi. 2006. ***Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik***. Jakarta: Rineka Cipta
- Cooper, Chris and Stephen Jackson. 1997. ***Destination Life Cycle: The Isle Of Man Case Study. In: Lesley France The Earthscan Reader In Sustainable Tourism***. Uk: Earthscan Publication Limited
- Heri, Larasati. 2011. ***Strategi Pengembangan Pariwisata Kabupaten Pati..*** Jurnal Universitas Diponegoro
- Hunger, J David dan Thomas L Wheelen. 2001. ***Manajemen Strategis***. Yogyakarta: Andi Offset
- Ismayanti. 2010. ***Pengantar Pariwisata***. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia
- Kuncoro, Mudrajad. 2006. ***Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif***. Jakarta: Erlangga
- Muljadi, A & Warman Andri. 2014. ***Kepariwisata dan Perjalanan***. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Nurhadi, C.D. Febriyanti, dkk. 2013. ***Strategi Pengembangan Pariwisata Oleh Pemerintah Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah***. Malang: Jurnal Administrasi Publik (JAP). Fakultas Ilmu Administrasi.-Universitas Brawijaya
- Pearch, Robinson. 2008. ***Manajemen strategis (formulasi, implementasi, dan pengendalian)***. Jakarta: Salemba Empat
- Pitana, I Gde & Diarta, I Ketut Surya. 2009. ***Pengantar Ilmu Pariwisata***. Yogyakarta: Andi
- Pradikta, Angga. 2013. ***Strategi Pengembangan Objek Wisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Pati***. Jurnal Universitas Negeri Semarang
- Rangkuti, Freddy. 2006. ***Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis***. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Saputra, Arif. Dwi. 2012. ***Strategi Pengembangan Taman Kuliner Condong Depok Sleman Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan***. Jurnal Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA
- Sugiyono. 2012. ***Metode Penelitian Bisnis***. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Suryadana, M Liga & Octavia Vanny. 2015. ***Pengantar Pemasaran Pariwisata***. Bandung : Alfabeta CV
- Suwantoro, Gamal. 1997. ***Dasar Dasar Pariwisata***. Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Utama, Gusti dan Mahadewi Eka. 2012. ***Metodologi penelitian pariwisata dan perhotelan***. Yogyakarta. CV ANDI
- Yoeti, A Oka. 1985. ***Pengantar Ilmu Pariwisata***. Jakarta. PT Pradnya paramita
2008. ***Perencanaan dan pengembangan pariwisata***. Jakarta PT. Pradnya Paramita.

Sumber Data:

Dinas Budaya dan Pariwisata Kabupaten Timor Tengah Selatan, 2016 (Rabu, 16 maret 2016)

Katalog BPS Timor Tengah Selatan dalam Angka 2011. (Selasa, 15 maret 2016)

_____ 2012. (Senin, 29 februari 2016)

_____ 2013. (Senin, 29 februari 2016)

_____ 2014. (Senin, 29 februari 2016)

_____ 2015. (Senin, 29 februari 2016)

Www.ttskab.go.id/ Downloads/visi-misi kab TTS 2014.html. (Selasa, 1 maret 2016)

Nara Sumber:

Anti Nenulaka, Penjaga pada Objek Wisata Pantai Oetune (Sabtu, 3 September 2016)

Antonius Longa, *Kepala Seksi Pengembangan, Pemberdayaan Objek Wisata dan Sarana Pariwisata*. Dibudpar Kab. TTS. (selasa, 16 maret 2016)

Daud Kmio, Sekretaris Desa Tuafanu (Selasa, 29 Agustus 2016)

Dhon Dakosta, *Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata*. Disbudpar Kab. TTS (Jumat, 18 Agustus 2016)

Dina Tefa & Ance Nenulaka, Pelaku Ekonomi pada Objek Wisata Pantai Oetune (Sabtu, 3 September 2016)

Hery Bolla, Pengunjung Objek Wisata Pantai Oetune. (Minggu, 20 Maret 2016)

Jacob Sapay, Sekretaris Camat Kualin (Kamis, 24 September 2016)

Nikodemus Lay, Masyarakat Desa Tuafanu (Senin, 5 September 2016)

Verlyn Benu, Penjaga dan Penjual di Objek Wisata Pantai Oetune. (Minggu, 20 maret 2016)

Yefuna Boimau, Kepala Desa Tuafanu (Selasa, 29 Agustus 2016)